
基于空间句法理论的屏山旅游业态优化研究

陈刚 朱琦 郑志元¹

(合肥工业大学 建筑与艺术学院, 合肥 230601)

【摘要】:以黟县屏山村为研究对象,通过实地调研走访,梳理其旅游业态类型,形成基础数据。在此基础上通过计算商铺职能比进行数据分析,结果显示屏山村存在旅游业态分布不合理、业态同质化等问题。针对此问题,文章运用空间句法理论展开进一步研究,分析指出屏山村整体空间整合度良好,但可理解度较低。落实在屏山旅游业态方面,其应根据村落整合度高低合理分布文化传播业态类、生活服务业态类及住宿交通业态类,充分利用屏山村空间特色;同时,应适当增加体验型旅游业态及加大新生空间与旧有空间的联系性,以加强村民、游客的认同感,增强屏山村的可理解度。

【关键词】:徽州古村落 旅游业态 屏山村 空间句法

【中图分类号】:TU982.29 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:1008-3634(2019)06-0062-4.5

传统古村落作为历史文化的“活化石”,其丰富的文化资源和生态景观,是中国农耕文明留存的宝贵遗产。自上世纪80年代以来,由于古村落所具有的独特传统文化价值,助推了区域旅游业飞速发展。在旅游业提质升级的背景下,如何合理协调古村落保护与旅游业发展之间的关系,日益成为政府部门及学界关注的热点问题。国内学者关于徽州古村落旅游业发展的研究主要集中在价值评价、社区参与、机制建设、理念创新等方面。邵甬和陈悦以理念创新为先导、机制建设为重点,为徽州古村落旅游开发提供“可持续发展”新思路^[1];李吉来梳理了当前民营资本介入古村落旅游的历程及特点,针对性地提出屏山村遗产保护与旅游开发对策建议^[2];王淑佳在对徽州古村落实地调研后,提出社区营造视角的徽州古村落旅游开发与保护策略^[3]。徽州古村落作为徽文化的重要载体,旅游开发潜力巨大,但伴随着旅游业的快速发展,古村落保护性开发滞后,不可逆损毁现象存在。因此,构建合理的旅游业态类型是当前亟需解决的问题。

屏山村位于黄山市黟县,属于典型徽州古村落,吉阳溪九曲十弯,穿村而过。目前作为徽州地区主要写生基地,其旅游开发进入新阶段,为村落带来了一定的经济效益。屏山村旅游业态主要以经营性店铺为主,业态类型呈现出典型的民间自组织特性。本研究拟通过探讨屏山村旅游业态类型及旅游业态特征,为其后续旅游业态优化及类似景区的旅游业态优化提供参考。

一、屏山旅游业态开发特征

¹基金项目:安徽省哲学社会科学规划重点项目(AHSKZ2016D15)

作者简介:陈刚(1964-),男,安徽合肥人,教授。

1. 旅游业态及分类

随着旅游产业的迅猛发展,描述零售业的“业态”一词被引入,使之可以更为合理地描述旅游业。国内外关于旅游业态的研究较多,但尚未有统一的界定。本文依据旅游六要素“吃、住、行、游、购、娱”与徽州古村落现有的业态特征,对旅游业态进行了分类。屏山村除结合旅游进行开发外,还需满足自身发展,因此增加“生活服务业态类”作为其旅游业态第七类别。因屏山为徽州典型写生基地,“超市画材类”在屏山旅游业态分布中占有一定比例,因此补充“超市画材类”作为屏山旅游业态第八类别。具体分类体系如下表1所示:

表1 屏山旅游业态分类

分类依据	旅游业态分类	具体业态
吃	餐饮业态类	会所餐馆、餐馆、快餐店、小吃店、奶茶饮料店、烧烤小摊等
住	住宿业态类	大众旅馆、快捷酒店、青年旅社(旅舍)、社会旅舍、农家乐、度假村、
行	交通业态类	汽车租赁维修、自行车电瓶车租赁维修、景区自行车租赁等
游	游憩业态类	特色步行街、艺术馆、特色游玩街等
购	购物业态类	特色商铺、土特产店、手工艺品店、旅游商品店、民族服饰店等
娱	娱乐业态类	酒吧、咖啡、水吧、茶馆、剧院、KTV等
超市画材	超市画材业态类	超市、画材店
生活服务	生活服务业态类	衣服店、鞋帽店、理发店、裁缝店等

2. 数据来源

屏山村的旅游业态分布有着鲜明的特征,其主要围绕着吉阳溪进行商业布点。因此笔者在业态调查时,选取了屏山村前街、后街、天灯巷以及一条横街作为主要调研对象,调研内容主要为屏山现有旅游业态类型、空间分布以及旅游业态组合。调查时间为2018年5月,调查商铺共151家。

3. 屏山旅游业态类型

根据现有的旅游业态分类标准,结合实地调查结果发现:屏山村已调研街道的旅游业态主要有六大类,分别为生活服务业态类、超市画材类、购物业态类、餐饮业态类、娱乐业态类、交通业态类。其中,餐饮业态类(89家)最多,占屏山业态总量的58.9%;其次为购物业态类(32家),占屏山业态总量的21.2%;超市画材类所占比重为9.3%(14家);娱乐业态类所占比重为6.7%(10家);生活服务业态类(3家)和交通业态类(3家)最少,各占屏山旅游业态总量的2.0%左右。以前街为主要代表,对其旅游业态进行分析。前街共105家店铺,其中餐饮业态类共56家,占前街业态总量的53.3%;其次为购物业态类,共25家,占前街业态总量的23.8%;超市画材类为12家,占业态总量的11.4%;娱乐业态类共7家,占业态总量的6.7%。购物业态类共有饰品店、体验型商店、特产店、服饰类商店、纪念型商店5类。其中饰品店多达13家,占前街业态总量的13%,主要是具有古村落特色的手工艺品(如牛角梳、银饰、徽州古玩等);其次徽州特产共7家,主要是具有徽州特色的茶叶、徽墨酥、黄山烧饼等。

由此可知,屏山村的业态构成是以餐饮业态类为主导,购物业态为次要业态类型;娱乐业态类、餐饮业态类、购物业态类等多种业态存在明显的共生性;体验型商店、纪念型商店数量较少,且规模较小。

4. 屏山旅游业态空间分布

根据笔者对屏山旅游业态类型空间分布的调查发现,餐饮业态类分布最广,散布在屏山的各个街巷中,但相对集中于前街、后街及天灯巷内;购物业态类主要分布在前街两侧;超市画材类主要分布于吉阳溪旁,位于写生基地附近;生活服务类较少,其主要服务于本地村民;住宿业态类主要分布在村落的外围——村落的建设控制地带;娱乐业态类除与餐饮业态类购物业态类有较强的共生性外,在前街北部,分布较为密集。从屏山村旅游业态空间分布可以看出,屏山村的旅游业态主要分布在前街和后街,这与屏山村的旅游路线以及村民活动空间有着直接的联系。吉阳溪旁即水街是村民、游客活动最为密集的空间,旅游业态空间与其有着极高的重合性。

由此可知,屏山旅游业态主要受到写生人群影响,其餐饮业态的分布主要集中在学生写生较多的区域;屏山旅游业态存在明显的“线”性特征,围绕村内街巷形成稳定旅游业态形态。

5. 屏山旅游业态组合特征

职能数是商业中心地所能提供的服务职能种类的数量。职能数越高,表示其能提供更多的商品,表明该地的旅游业态组合具有多样性^[4]。本文采用旅游业态分类中的具体业态作为职能数的计算单位,以前街为代表,将前街分为4个街段,分别为村口到下桥亭,下桥亭到上亭桥,上亭桥到天灯巷,天灯巷到街巷尽头。通过计算商铺职能比P值($P = \text{商铺的数量} / \text{职能数}$),探讨前街各街段旅游旅游业态的组合特征,P值接近1,业态组合越合理,业态同质化越小。

据商铺数与职能数统计分析:前街共有店铺 105 家,职能数为 14,P 值为 7.5,表现为前街旅游业态组合总体上不合理,业态同质化现象严重。自南向北,前街各街段旅游业态组合特征具有差异性,见图 1。

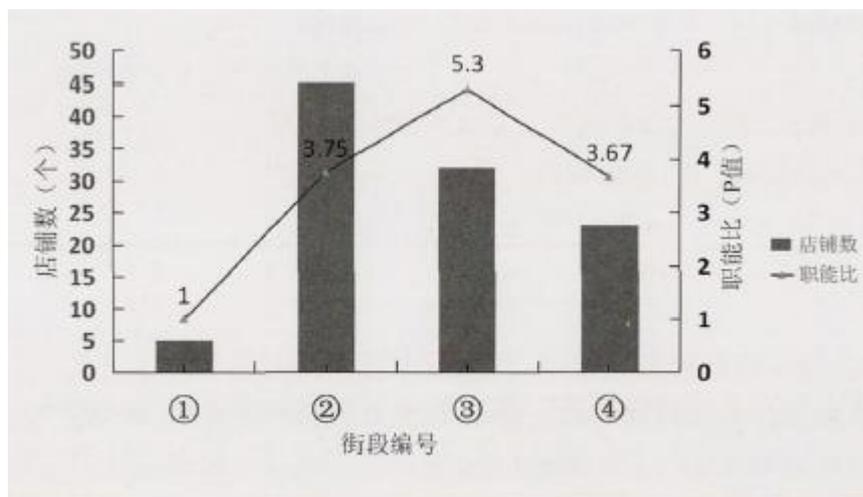


图 1 前街商铺数与职能数分布

图1中,第①段即村口到下桥亭,共有店铺5家,职能数为5,商铺职能比P为1,表现为该街段业态组合最为合理,业态同质化小。第②段即下桥亭到上亭桥,共有店铺45家,职能数为12,P值为3.75,64合肥工业大学学报(社会科学版)2019年12月表现为该街段业态组合较不合理;第③段即上亭桥到天灯巷,共有店铺32家,职能数为6,P值为5.3,表现为该街段业态组合不合理,业态同质化严重;第④段即天灯巷至街巷尽头,共有商铺23家,职能数为6,P值为3.67,表现为该街段业态组合较不合理。

二、基于空间句法理论的屏山旅游业态分析

1. 空间句法理论及应用

空间句法是从拓扑视角分析空间元素的语言,通过对空间进行尺度划分和分割以及不同变量解读,从而实现对于空间的量化描述。空间句法的主要研究对象是空间构形,其强调空间之间存在的关系,且其中每一关系都决定于其他所有的关系。而构形分析首先要将实体空间转化为空间与连接部分的关系图解,主要采用三种方式:凸空间、轴线分析法与视域分析法^[5]。其中轴线分析更适用于方向明确的线性空间,多用于城镇道路分析,而整合度、可理解度是其中重要的量化解析指标。本文运用轴线分析法对屏山村道路空间系统进行量化分析,根据村落整合度和可理解度的指标结果,分析村落空间特征。

2. 空间整合度分析

整合度代表一个空间与系统内其他空间的集聚或离散程度。笔者基于空间句法的轴线分析法,利用Depthmap软件对屏山村空间整合度进行分析,计算结果从最大值到最小值,一共等分为十个数值段。整合度高的区域可达性就高,即在村落建设过程中往往经济繁荣,人气很旺,村落发展中该区域附近的建筑物等实体性的要素,都有着最经常、最大值、最细致的要求。

分析显示,村落空间整合度最高的区域为天灯巷及前街交叉处,此处为屏山祠堂核心保护范围,因此博物馆、展览馆等具有徽文化传播的业态类型可在该区域进行布置。整合度最高区域衍生出许多村落道路,其整合度相对较弱,但仍具有一定的可达性,卫生室、邮局、商业设施等具有公共服务性质的旅游业态可临近该区域进行布置。整合度最低区域远离核心轴线,多为村民自建房而形成的村落道路,此块区域可达性低,在业态布置时,可考虑住宿业态类、交通业态类等对可达性要求不高的业态种类。

3. 空间可理解度分析

可理解度描述局部变量与整体变量的相关性,也就是人处于一个村落某一空间时,是否可以通过该空间的局部视野建立起空间整体形态结构的认知。可理解度是局部整合度(R3)与全局整合度(Rn)的线性关系,其通过回归曲线数值R2(拟合度)模拟散点图的走势,看其吻合情况。R2取值范围为0-1,R2在0.5以上,认为拟合较好。即数值越大,说明整体空间可理解性越高。

笔者通过Depthmap软件计算结果可得屏山村空间可理解度R2=0.3796,R2低于0.5,表示系统可理解度较低。也就是说人们在进入村落内部后,极易迷失方向。主要是由于屏山的旅游开发,导致村落的聚落空间不断向外蔓延,大量的商业开发与交通发展使得屏山原有村落肌理发生改变,使得村落原有以“祠堂”为核心的结构发生偏移。此外,村落东侧为满足商业发展,新建许多学生写生基地,新生空间与旧有空间空间关联度弱,村落不同空间之间的差异加大导致村落可理解度降低,也因此使得人们对于聚落空间的场所认同感降低。

三、结论与建议

通过对于屏山村的旅游业态开发特征及村落空间结构特征分析,总结出以下屏山村的空间特征及旅游开发特征:一是屏山村整体整合度良好。村落空间整合度最高的区域为天灯巷及前街交叉处,此处为屏山祠堂核心保护范围,可达性自中心向外围出现逐渐递减的趋势。二是通过对村落可理解度的分析,旅游开发对于屏山的村落形态、聚落认同感等产生了一定的影响。大量的商业开发与交通发展使得屏山原有村落肌理发生改变,使得村落原有以“祠堂”为核心的结构发生偏移,新生空间与旧有空间的关联度弱,也使得村落可理解度降低。三是屏山村的旅游业态类型仍不齐全。主要是以餐饮业态类为主导,购物业态为次要业态类型,超市画材类、生活服务类作为屏山村业态的补充。四是屏山旅游业态空间分布存在明显“线”型特征,相对集中,但业态组合极不合理,多条街巷旅游业态存在同质化现象。

根据所得结论,笔者针对屏山村的业态优化提出以下建议:第一,在村落整合度最高的区域布置博物馆、展览馆等具有徽文化传播特征的业态类型;在整合度较弱的区域布置卫生室、邮局、商业设施等具有生活服务性质的旅游业态;在整合度最弱的区域可布置住宿业态类、交通业态类等对可达性要求不高的业态种类。第二,为加强村民、游客对于聚落空间的认同感,应利用祠堂等实体空间进行民俗活动或徽学研究、展览等。需加大新生空间与旧有空间的联系性,除建筑形式、村落肌理外,对于旅游业态配置也

应全局进行考量、规划,在新生空间应增添适量小型商业、服务业等设施。第三,可适当增加体验型旅游业态,注重融合徽州独特文化特征,加大对徽州非物质文化遗产的保护与传承;在购物商业业态发展时,注重旅游商品的分级,对低端旅游商品进行升级,增加其文化艺术性;增加文化艺术产业,如徽州戏曲,增强旅游目的物的观赏性。第四,在未来的业态布置中,适当统筹,将不同类型的旅游业态进行组合,合理进行商业布点,且在布局时应考虑到整体与局部、集中与分散的业态组合关系;在旅游业态布点时,对于吉阳溪环境破坏较大的商业进行搬离、改造;同时引进新型业态类型,做到可持续绿色经营。

参考文献:

- [1] 邵甬,陈悦. 皖南古村落可持续旅游发展研究[J]. 上海城市规划, 2013(5):93-99.
- [2] 李吉来. 民营资本介入古村镇遗产保护与旅游开发的商业模式研究[D]. 上海:华东师范大学, 2013.
- [3] 王淑佳. 社区营造视角的古村落旅游开发与保护研究[D]. 广州:华南理工大学, 2013.
- [4] 萧清碧,林岚,谢婉莹,等. 历史文化街区旅游商业业态分类及开发实证研究[J]. 福建师范大学学报(自然科学版). 2017(4):81-91.
- [5] 张愚,王建国. 再论“空间句法”[J]. 建筑师, 2004(3):33-44.